



Din guide till ett **lyckat webbprojekt**

Praktisk vägledning till dig som står i startgroparna för ett webbprojekt.

Kontakt

hello@toxic.se

010-195 90 30

toxic.se

The logo for 'toxic' is written in a white, lowercase, sans-serif font. The letter 'o' is stylized with a white dot in the center, making it look like a zero or a stylized 'o'.

Innehåll

Inledning	3
Ordlista	4
Checklista för ett nytt webbprojekt	5
Nu börjar det roliga!	17
Avslut	18

Inledning

Webb, sajt, hemsida – kärt barn har många namn. Men vad innebär det egentligen att bygga en ny webb och vad behöver ni tänka på innan ett webbprojekt drar i gång? Det reder vi ut här; i den stora förberedelseguiden för webbprojekt.

Lilla ordlistan för webben

Innan vi går in på vad ni står inför när ni väljer att bygga en ny webbplats tänkte vi reda ut några begrepp och förkortningar som ni säkert stött på i er research inför att bygga en ny webb.

CMS (Content Management System):

CMS:et är plattformen där du som användare kan skapa, hantera och ändra innehåll på en webbplats (utan avancerade tekniska färdigheter).

MVP (Minimum Viable Product):

En MVP beskriver funktionaliteten som krävs för att uppfylla grundkraven, och är ofta bra att definiera tidigt i processen. Har vi tydligt definierat en MVP är det enkelt att därefter "klä på" webben med mer funktionalitet efter hand.

UI/UX (user interface/user experience):

UI = hur webbplatsen ser ut, UX = hur användaren upplever webbplatsen. Alltså hur en webbsida ser ut och hur den används.

Roadmap:

En strategisk plan som definierar ett mål eller önskat resultat och inkluderar de viktigaste stegen eller milstolparna som behövs för att nå det.

Hosting:

Där webbplatsens filer och data lagras, ofta i "molnet".

SEO (Search Engine Optimization):

SEO är sökmotoroptimering och beskriver de strategier och tekniker som används för att förbättra en webbplats synlighet och ranking på sökmotorers resultatsidor.

EOL (End of life):

Betyder att en produkts livscykel går ut, vilket hindrar mottagandet av nya uppdateringar.

WCAG (Web Content Accessibility Guidelines):

Översätts på svenska till Riktlinjer för tillgängligt webbinnehåll. Riktlinjerna specificerar hur innehåll på webbplatser görs tillgängligt för personer med funktionsnedsättning men även hur användbarhet kan uppnås för alla användare.

Checklista för ett Nytt webbprojekt

- Anledningar till att bygga ny webb
- Val av partner
- Val av plattform
- Förstudie, kravspec och MVP
- Tid och budget
- Vad krävs av dig som beställare

Anledningar till att bygga en ny webb

En ny webbplats är din verksamhets digitala skyltfönster, avgörande för att bygga trovärdighet och reflektera ditt varumärkes kvalitet. Den förbättrar synlighet i sökmotorer, lockar fler besökare och potentiella kunder, och erbjuder en användarvänlig upplevelse. Det är en viktig investering för att hålla jämna steg med teknologisk utveckling och kundförväntningar.

Det finns förmodligen lika många anledningar till att bygga en ny webb som det finns webbplatser, **men några av de vanligaste är:**

- Ni har en gammal lösning som når End of Life (vilket betyder att er lösning inte längre supporteras och därmed kan brista i säkerhet)
- Ni vill ha en bättre redaktörsupplevelse och effektivisera ert arbete
- Ni vill förstärka ert varumärke och vägleda era användare och kunder på ett bättre sätt
- Ni vill förbättra tillgängligheten och få bättre konverteringar och SEO
- Er nuvarande lösning har höga licenskostnader och ni vill lägga pengarna på rätt saker
- Ni vill ha ny och förbättrad UI och UX

Oavsett om det är någon av anledningarna ovan eller något helt annat som fört dig till den här guiden hoppas vi kunna ge dig rätt förutsättningar för ett lyckat webbprojekt.

Vad ska jag tänka på när jag väljer webbpartner?

Att välja en webbpartner är ett avgörande beslut som avsevärt kan påverka framgången för din digitala närvaro. Här är några viktiga faktorer att tänka på när du fattar ditt beslut:

Definiera dina mål:

Definiera tydligt dina projektmål, budget och önskade tidslinje innan du börjar leta efter en webbpartner. Det hjälper dig att kommunicera dina behov på bästa sätt och hitta en partner som kan leva upp till dessa.

Erfarenhet och referenser:

Leta efter en webbpartner med en dokumenterad meritlista inom de specifika tjänster du behöver. Kolla upp vad de gjort tidigare, kvaliteten på tidigare leveranser och om de har erfarenhet av din bransch. En måttstock kan vara att säkerställa att de har officiella partnerskap med den plattform du väljer.

Tekniska färdigheter:

Bedöm webbpartnerns tekniska färdigheter. De bör vara väl bevandrade i den senaste tekniken, programmeringsspråk och designtrender. Detta säkerställer att din webbplats kommer att byggas med hjälp av uppdaterade och säkra metoder.

Kommunikation och samarbete:

Effektiv kommunikation är nyckeln till ett framgångsrikt partnerskap. Välj en webbpartner som kommunicerar tydligt, lyssnar på dina behov och ger regelbundna uppdateringar om framstegen i ditt projekt. Förmågan att samarbeta väl är avgörande för ett smidigt arbetsflöde och i förlängningen ett lyckat projekt.

Skalbarhet:

Tänk på skalbarheten hos webbpartnerns lösningar. Din webbplats eller applikation bör kunna växa och anpassa sig till dina växande affärsbehov. Se till att partnern kan hantera framtida uppdateringar, expansioner och ökat antal användare.

Budget:

Få detaljerade offerter från potentiella webbpartners, inklusive en uppdelning av kostnader. Var försiktig med betydligt lägre priser, eftersom de kan tyda på bristande kvalitet eller dolda avgifter. Men tänk också på dina budgetbegränsningar och kommunicera dem tydligt.

Support & underhåll:

Fråga om de support- och underhållstjänster som erbjuds av webbpartnern efter lansering. En bra partner bör ge löpande support, uppdateringar och vara tillgänglig för eventuell felsökning eller förbättringar efter att projektet är slutfört.

Genom att noggrant utvärdera dessa faktorer kan du välja en webbpartner som överensstämmer med dina behov, mål och värderingar, vilket lägger grunden för ett framgångsrikt och långsiktigt partnerskap.

[Här är några webbplatser vi byggt](#) →

Hur väljer jag rätt plattform?

För att kunna svara på den frågan måste du först reda ut vilka behov du har. Att välja rätt CMS/plattform för er webb kan vara avgörande för er framtida digitala närvaro.

Vad var ett CMS nu igen?

Förenklat är CMS en teknisk plattform för att skriva, redigera och publicera innehåll på en webbplats på ett lätthanterligt sätt. Några exempel på CMS som du kanske känner igen är Umbraco, Sitevision och Wordpress.

Genom att noggrant utvärdera dessa faktorer kan du välja en webbpartner som överensstämmer med dina behov, mål och värderingar, vilket lägger grunden för ett framgångsrikt och långsiktigt partnerskap.

Vilket som är det bästa CMS:et är nästintill en omöjlig fråga att besvara. Vilka behov du har avgör helt vilken plattform som är bäst för just din verksamhet. Så, vad är viktigast för just er när det kommer till plattform? Några frågor som är bra att ställa sig för att komma fram till det är: hur stor är webbplatsen? Ska den integreras mot andra system? Hur tekniskt kunniga är redaktörerna? Hur flexibel önskar ni att lösningen ska vara?

En annan sak som är viktig att tänka på när det gäller val av CMS är hur långsiktig lösningen är. Även om utvecklingen inom webb går snabbt är det helt avgörande att välja ett CMS som ni vet är en bra lösning både nu och i framtiden. Se därför till att undersöka de CMS ni väljer mellan och hur roadmapen för dem ser ut framåt. Detta för att ni inte ska bygga en lösning som bara inom något år är utdaterad.

[Blogg: Därför väljer vi Umbraco före Wordpress →](#)

Sammanfattningsvis:

Jämför olika plattformar och väg för- och nackdelar utifrån era behov.

Utgå från vad som ska byggas och välj plattform därefter.



Känns det som en djungel? Hör av er till oss så bidrar vi med råd och stöd i ert val av plattform.

Förstudie, kravspec och MVP

Väldigt förenklat svarar en förstudie på varför, en kravspec på hur, och en MVP på vad som ska göras i ett webbprojekt. Men vi dyker lite djupare än så för att inte missa något, häng med!

Förstudie

Ett bra förarbete ligger till grund för ett lyckat webbprojekt, och det första steget är att göra en förstudie. I förstudien vill ni ta reda på följande:

- Identifiera och prioritera era behov
- Definiera tydligt mål och omfattning
- Fastställ KPI:er och nyckelpersoner

Kanske har ni redan gjort en förstudie internt, eller så tar ni hjälp av er webbyrå för att genomföra den. Oavsett hur ni gör, är det inget steg ni bör hoppa över, eftersom det ligger till grund för det fortsatta arbetet med kravspec och definition av MVP.

Kravspec

Ju tydligare kravspecen är, desto mer garanterade är ni att projektet uppfyller era förväntningar. När man tar fram en kravspec för en ny webbplats är det viktigt att samla omfattande och tydlig information, gärna så detaljrik som möjligt. Här är fem viktiga frågor som är bra att reda ut och tydliggöra när ni tar fram er kravspec.



En kravspecifikation tas ofta fram i samverkan med din webbpartner. Vi bistår gärna med hjälp. Hojta om ni behöver oss!

Kravspec

Väldigt förenklat svarar en förstudie på varför, en kravspec på hur, och en MVP på vad som ska göras i ett webbprojekt. Men vi dyker lite djupare än så för att inte missa något, häng med!

1 Vad är webbplatsens syfte?

Definiera er målgrupp, vilka problem webbsidan syftar till att lösa och vilka behov den ska möta. Att förstå det övergripande syftet hjälper till att forma designen, funktionaliteten och innehållet.

2 Vilka är de viktigaste egenskaperna och funktionalitetskraven?

Lista de specifika egenskaper och funktioner som webbplatsen måste ha för att uppfylla sitt syfte. Detta inkluderar användarupplevelse, innehållshantering, webbshop, integrationer eller andra unika funktioner som är relevanta för projektet.

3 Vilka är webbplatsens användare?

Identifiera de tänkta användarna av webbplatsen. Förstå deras demografi, preferenser och beteenden. Det är en bra grund för att utforma ett användarvänligt gränssnitt och skraddarsy innehållet för att möta målgruppens behov och förväntningar.

4 Vilka är de tekniska kraven och begränsningarna?

Tänk på de tekniska aspekterna av webbplatsen, inklusive hosting, tekniker som stöds, prestandaförväntningar, säkerhetsåtgärder eller andra begränsningar. Var tydlig kring kompatibilitet med webbläsare och enheter för att säkerställa en sömlös användarupplevelse.

5 Vilka är riktlinjerna för innehåll, design och tillgänglighetskrav?

Definiera innehållsstrukturen och vilka riktlinjer för design ni har, samt vilka krav på tillgänglighet ni önskar uppnå. Definiera även vilket typ av innehåll (exempelvis text, bilder, videos) webbplatsen ska hantera och hur de ska struktureras.

Dessa frågor fungerar som en grund för att skapa en omfattande kravspecifikation som säkerställer att både ni och er webbpartner har koll på projektets mål. Svarar ni på dem, så vips så har ni en kravspecifikation.

MVP



Med förstudie och kravspec i ryggsäcken är det nu dags att definiera och prioritera för att ta fram en rimlig och hållbar MVP. När ett webbprojekt påbörjas är det vanligt att man önskar inkludera så många nya och innovativa funktioner eller lösningar som möjligt. Om både tid och budget är obegränsad är det inget hinder, men oftast finns begränsningar att förhålla sig till.

Vårt råd för att kunna lansera i tid är att sträva efter “good enough” och skapa en prioriteringsordning utifrån det. En MVP utgår från att webbplatsen har den funktionalitet som krävs för att uppfylla grundläggande krav för användaren eller kunden. Välj ut några områden som ni vill satsa lite extra på, övriga delar kan utvecklas vidare i fas två efter lanseringen. Det är effektivare att successivt förbättra webbplatsen efter lanseringen i stället för att vänta på att allt ska bli perfekt från början. Det betyder naturligtvis inte att webben inte ska vara bra, bara att det är helt okej att ni har fler funktioner på önskelistan, redo att läggas till efter lansering. Strävan bör vara att uppnå så hög standard som möjligt utifrån rimliga ramar.

Tid och budget

Vad ett webbprojekt kostar eller hur lång tid det tar är ungefär lika lätt att svara på som hur långt ett snöre är. Det beror helt på ert önskade resultat, och självklart även era förväntningar. Om ni följt stegen ovan har ni rätt förutsättningar för ett lyckat webbprojekt både tid- och budgetmässigt.

Kommunicera tydligt era förväntningar kring utfall av budget och inom vilken tidsram ni önskar att det levereras. Har ni en skarp deadline att utgå från eller en väldigt tight budget? Var så transparenta och tydliga ni kan. För att ge er själva och er webbyrå rätt förutsättningar är det viktigt att ni tillsammans har rätt förväntningar. **Säkerställ detta genom att:**

- 1** Definiera och kommunicera realistiska förväntningar gällande funktionalitet och omfattning baserat på tillgänglig budget och tidsram. Skapa en realistisk tidsplan tillsammans med er partner och var medveten om potentiella fördröjningar och planera för dem.
- 2** Prioritera kritiska funktioner för att säkerställa att de kan implementeras inom projektets ramar.
- 3** Inkludera budgetposter för kontinuerligt arbete och förbättringar över tid.
- 4** Se till att det finns utrymme för att anpassa och förbättra webblösningen baserat på användarfeedback och förändrade krav.

Genom att noggrant planera och kommunicera kring tid och budget ökar chanserna för att ert webbprojekt blir framgångsrikt och levereras inom de överenskomna ramarna.

Vad krävs av dig som beställare?

Du som beställare i ett webbprojekt har en central roll och måste tillhandahålla olika resurser för att säkerställa projektets framgång. Här är några viktiga resurser som krävs av dig som beställare:

1 Tydliga kravspecifikationer:

- En detaljerad och tydlig beskrivning av projektets krav och mål.
- Specificera funktionalitet, designpreferenser och önskad användarupplevelse.

2 Budget:

- En tillräcklig budget för att täcka kostnaderna för utveckling, design, testning och eventuella oväntade utgifter.
- En förståelse för hur budgeten kan påverka projektets omfattning och funktionalitet.

3 Tidsramar:

- Klara och realistiska tidsramar för projektet.
- Flexibilitet att hantera eventuella fördröjningar och anpassa tidsplanen vid behov.

4 Kommunikation och tillgänglighet för samarbete:

- Tid och engagemang för att samarbeta, både internt och tillsammans med er webbpartner.
- Möjlighet att delta i regelbundna möten och diskussioner för att lösa problem och fatta strategiska beslut.

5 Innehåll, feedback och testning:

- Leverera nödvändigt innehåll, inklusive text, bilder och andra medier, i tid.
- Ge konstruktiv feedback under projektets gång och vid tester.
- Delta i testfasen för att säkerställa att slutresultatet uppfyller kraven och förväntningarna.

Genom att tillgängliggöra dessa resurser och aktivt delta i projektet bidrar du till att skapa en effektiv och framgångsrik webblösning. Samarbetet mellan beställare och webbpartnern är avgörande för att uppnå önskat resultat och för att undvika missförstånd eller problem längs vägen.

Nu börjar det roliga!

Efter att ha checkat av hela listan är det äntligen dags att sätta i gång med projektet. Nu kan du förvänta dig ett uppstartsmöte tillsammans med er webbyrå för att kicka i gång projektet på riktigt! Nu väntar ett tätt samarbete inom projektets alla faser med UI/UX, utveckling, tester, feedback, åtgärder, innehållsarbete och inte minst lansering av er nya webblösning.

Tack för läsningen

Vi hoppas att denna guide har gett er kunskap och förståelse kring vilka förberedelser som ligger till grund för ett lyckat webbprojekt och att det hjälpt er en bit på vägen kring alla beslut som behöver tas och frågor som behöver besvaras.

Lycka till med er nya webb.
Behöver ni hjälp är vi bara ett klick bort!

Kontakt

hello@toxic.se

010-195 90 30

toxic.se